

ANALISIS ISI PESAN PERSUASIF

**(Studi Deskriptif Postingan Konsumen pada Akun @BYC_SHOP di
Instagram periode Juni-Agustus 2016)**

Oleh

YOSIE ANDIANI

362013098

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Progam Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2017



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YOSIE ANDIANI
NIM : 362013098 Email : andianiyosie@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : ANALISIS 19 PESAN PERSUASIF
(Studi Deskriptif Postingan Konsumen Pada Akun @BYC-SHOP
di Instagram Periode Juni - Agustus 2016)
Pembimbing : 1. Dr. Pamardi Gni Wiloso, M.Si
2. Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 12 Juni 2017



Tanda tangan & nama terang mahasiswa
YOSIE ANDIANI



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YOSIE ANDIANI
NIM : 362013098 Email : andianiyosie@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : ANALISIS ISI PESAN PERSUASIF
(Studi Deskriptif Postingan Konsumen Pada Akun @BYC_SHOP
di Instagram Periode Juni - Agustus 2016)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 12 Juni 2017

YOSIE ANDIANI

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

PAMERDI GIRI WILOSO, M.Si

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

DEWI KARTIKA SARI, S.Sos., M.J.Kom

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini,
Nama : YOSIE ANDIANI
NIM : 362013098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi,
Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir, Judul:
ANALISIS ISI PESAN PERSUASIF (Studi Deskriptif Postingan Konsumen pada
Akun @BYC_SHOP di Instagram periode Juni-Agustus 2016)

Yang dibimbing oleh:

1. Dr. Pamerdi Giri Wiloso, M. Si
2. Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom

Adalah benar-benar hasil karya saya.

Di dalam laporan tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau gambar serta simbol yang saya akui seolah-olah sebagai karya saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumber aslinya.

Salatiga, 18 Mei 2017

Yang memberi pernyataan,



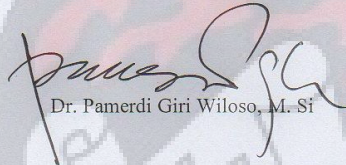
YOSIE ANDIANI

LEMBAR PENGESAHAN

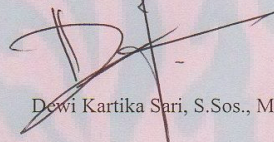
Judul skripsi : ANALISIS ISI PESAN PERSUASIF (Studi Deskriptif Postingan Konsumen Pada Akun @BYC_SHOP di Instagram Periode Juni – Agustus 2016)
Nama Mahasiswa : YOSIE ANDIANI
NIM : 362013098
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Disetujui Oleh,

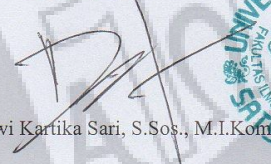
Pembimbing Utama,


Dr. Pamerdi Giri Wiloso, M. Si

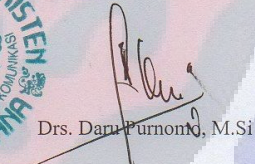
Pembimbing Pendamping,


Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom

Diketahui Oleh,
Kaprodi,


Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom

Disahkan Oleh,
Dekan,


Drs. Danu Purnomo, M.Si

Disetujui tanggal : 18 Mei 2017

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga
2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan bagi Tuhan Yesus Kristus, atas segala penyertaan, perlindungan, hikmat, dan berkat-Nya, skripsi ini dapat selesai. Skripsi dengan judul **“ANALISIS ISI PESAN PERSUASIF (Studi Deskriptif Postingan Konsumen pada Akun @BYC_SHOP di Instagram periode Juni-Agustus 2016)”**, ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana.

Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari orang-orang di sekitar peneliti. Oleh sebab itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada orang-orang yang membantu peneliti hingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai setiap saat, selalu memberikan kekuatan melalui apapun, yang akan dan selalu menjadi sandaran peneliti dalam suka maupun duka.
2. Orangtua tercinta; Mama dan Papa yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.
3. Kakak tercinta; Yogie Nindintya yang selalu memberikan dukungan dan candaan.
4. Beasiswa MCC DARYL Canada , yang sudah memberikan beasiswa full kepada peneliti selama berkuliah dan memberikan dukungan doa.
5. Keluarga Bp. Pdt. Anthony Tanujaya selaku gembala sidang saya yang selalu setia memberikan dukungan doa dan perhatian secara moril maupun materil.
6. Keluarga Bp. Pdt. Michael Razie selaku koordinator beasiswa yang sudah membimbing dan membantu dalam proses pengurusan beasiswa.
7. Keluarga Bp. Pramono yang sudah menjadi teladan dan memberikan banyak nasehat untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Dr. Pamerdi Giri Wiloso, M. Si selaku Pembimbing Utama, yang selalu sabar membimbing dan memberikan masukan baik untuk skripsi ataupun untuk kehidupan yang membangun untuk peneliti.
9. Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing Pendamping, yang dengan sabar membimbing dan memberikan masukan untuk skripsi peneliti serta memberikan semangat kepada peneliti.
10. Keluarga Ps. Joy yang selalu memberikan dukungan secara rohani, selalu mau mendengarkan curhatan peneliti dan memberikan candaan yang menghibur peneliti.
11. Christina Lorensa Putri Ayu Dharma (Abok) yang selalu memberikan dukungan agar peneliti semangat dalam mengerjakan skripsi.
12. Debora Yohana (Mama) yang sudah menjadi partner selama berkuliah 3 tahun dan selalu memberikan dukungan secara moril.
13. Yessika Febrike Handayani (Pigglet) yang selalu mendengarkan keluhan dan curhatan peneliti.
14. Kezia Octa Purwanto (SuDi) yang selalu membuat suasana hati gembira ketika peneliti sedang mengalami kesulitan.
15. Teman-teman FISKOM yang tidak bisa disebutkan satu per-satu yang memberikan dukungan agar skripsi ini terselesaikan.
16. Sahabat-sahabat MDC YOUTH terutama Adam Yosef, Elvin, Sasa, Tata yang selalu memberikan semangat yang tak terhingga kepada peneliti untuk cepat menyelesaikan bangku kuliah.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belumlah sempurna, masih ada berbagai kesalahan dan kekurangan yang luput dari perhatian peneliti saat mengerjakannya. Karena itu, peneliti memohon masukan, kritik, dan saran yang akan sangat membantu perbaikan skripsi ini. Terimakasih atas perhatiannya, Tuhan Yesus memberkati.

Salatiga, 18 Mei 2017

Peneliti

ANALISIS ISI PESAN PERSUASIF

(Studi Deskriptif Postingan Konsumen pada Akun @BYC_SHOP di Instagram periode Juni-Agustus 2016)

ABSTRAK

Penggunaan Internet di Indonesia semakin meningkat pada era ini sehingga memungkinkan untuk masyarakat melakukan aktivitas jual-beli secara *online* dengan menggunakan media sosial, salah satunya adalah Instagram. *Online Shop* dengan akun bernama @BYC_SHOP menjual berbagai macam produk kecantikan yang menawarkan kualitas dan keaslian dari produk yang dijual tersebut. Konsumen yang membeli produk di akun @BYC_SHOP tidak sedikit yang mengunggah postingan mengenai evaluasi hasil pembelian produk di akun tersebut sehingga dapat mempersuasi konsumen lain. Tujuan peneliti adalah untuk mengetahui isi pesan persuasif seperti apa yang diciptakan oleh konsumen pada akun @BYC_SHOP pada periode bulan Juni-Agustus 2016.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*), metode analisis isi ini dikenal sebagai sebuah metode penelitian yang sistematis, obyektif dan cenderung kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan dua orang pengkode untuk memperoleh reliabilitasnya tetap tinggi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa isi pesan yang diunggah oleh konsumen pada akun @BYC_SHOP mempersuasi karena mengandung syarat pesan persuasif, meliputi: pesan yang tidak mengandung kebohongan, pesan yang memiliki dua kepentingan, pesan yang tidak memaksa serta pesan yang dapat memotivasi serta mengandung struktur pesan persuasif, meliputi *message sidedness* (pesan satu sisi dan dua sisi), *order of presentation* (*climax vs anticlimax* atau *recency vs primacy*), penarikan kesimpulannya (*explicit* atau *implicit*).

Kata kunci: *Content analysis*, Instagram, *Online shop*, @BYC_SHOP.

CONTENT ANALYSIS OF PERSUASIVE TEXT

(Descriptive Research of Consumers Upload in Account of @BYC_SHOP at Instagram for period June – August 2016)

ABSTRACT

Internet users in Indonesian is increasing in this era, so society can do selling online with social media, one of them is Instagram. Online shop with account named @BYC_SHOP sell many kinds of beauty product by offering authenticity and quality of product. Not a few of consumers who buy products in @BYC_SHOP are uploading photos with text, so this is can persuade other consumers. The purpose of this study is to know content of persuasive message like what is created by consumers in account of @BYC_SHOP for period june-august 2016.

This research approach used the descriptive quantitative with content analysis method, it is systematic characteristic, objective, and quantitative. In this research used two coder to obtain the reliability is keep high. The result of the research show that content of message that consumers uploading in account of @BYC_SHOP can persuade because they all contains the terms of persuasive message, they are: message was not lie, have a two importance, message that not force, message that have motivation and structure of persuasive messages, they are: message sidedness (one sided vs two sided), order of presentation (climax vs anticlimax or recency vs primacy), conclusion drawing (explicit vs implicit).

Keywords: Content analysis, Instagram, Online shop, @BYC_SHOP

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORITIS	5
2.1 Komunikasi	5
2.2 Teknik Komunikasi	5
2.3 Komunikasi Persuasif	6
2.4 Pesan Persuasif.....	6
2.4.1 Definisi.....	6
2.4.2 Syarat Pesan Persuasif.....	7
2.4.3 Struktur Pesan Persuasif.....	7
2.5 Penelitian Terdahulu	9
2.6 Kerangka Pikir	10
BAB III METODE PENELITIAN	11

3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	11
3.2	Populasi dan Sampel	12
3.2.1	Populasi	12
3.2.2	Sampel.....	13
3.3	Unit Amatan, Unit Analisis dan Sumber Informasi	15
3.3.1	Unit Amatan	15
3.3.2	Unit Analisis	15
3.3.3	Sumber Informasi.....	15
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	16
3.4.1	Dokumentasi	16
3.4.2	Observasi	16
3.5	Lokasi Penelitian.....	17
3.6	Teknik Analisis Data.....	17
3.6.1	Statistik Deskriptif	17
3.6.2	Validitas	19
3.6.3	Reliabilitas	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		21
4.1	Gambaran Umum Akun @BYC_SHOP	21
4.2	Karakteristik Konsumen (<i>followers</i>)	23
4.2.1	Jenis Kelamin.....	23
4.2.2	Usia.....	23
4.3	Uji Reliabilitas	24
4.3.1	Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Syarat Pesan Persuasif : Tidak Mengandung Kebohongan	25
4.3.2	Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Syarat Pesan Persuasif : Dua Kepentingan	25
4.3.3	Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Syarat Pesan Persuasif : Tidak Memaksa	26
4.3.4	Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Syarat Pesan Persuasif : Memotivasi	27

4.3.5 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>One sided</i>	27
4.3.6 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Two sided</i>	28
4.3.7 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Climax</i>	28
4.3.8 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Anticlimax</i>	29
4.3.9 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Recency</i>	30
4.3.10 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Primacy</i>	30
4.3.11 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Explicit</i>	31
4.3.12 Uji Reliabilitas Isi Pesan Persuasif Menurut Struktur Pesan	
Persuasif: <i>Implicit</i>	32
4.4 Analisis	32
4.5 Pembahasan	53
Bab V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.1 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xvii